La carotte fraîche au Québec

Portrait sectoriel

Direction des études économiques et d'appui aux filières

Mai 2003

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation
Québec

106-0 5605 /

LA CAROTTE FRAÎCHE AU QUÉBEC
Portrait sectoriel

DIRECTION DES ÉTUDES ÉCONOMIQUES ET D'APPUI AUX FILIÈRES

CONCEPTION, COORDINATION, RECHERCHE ET RÉDACTION	⇨	Suzelle Morin	⇨	Analyste économique en horticulture
RECHERCHE ET RÉDACTION	⇨	Frédéric Brie	⇨	Stagiaire en économie
RECHERCHE	⇨	Marie-Claude Rioux	⇨	Technicienne agricole
	⇨	Pierre Mongrain	⇨	Secrétaire-coordonnateur Filière des productions maraîchères et Filière pomicole
SOUTIEN TECHNIQUE	⇨	Céline Nicole	⇨	Agente de secrétariat
	⇨	Marie-Claude Rioux	⇨	Technicienne agricole

DIRECTION DE L'INNOVATION SCIENTIFIQUE ET TECHNOLOGIQUE

RECHERCHE ET RÉDACTION	⇨	Julie Ouellet	⇨	Analyste de recherche en horticulture

DIRECTION DES COMMUNICATIONS

CONCEPTION DE LA COUVERTURE	⇨	Gilles Laplante	⇨	Graphiste

Dépôt légal
Bibliothèque nationale du Québec
2e trimestre 2003
ISBN 2-550-40767-9

03-0064

REMERCIEMENTS

Nous remercions toutes les personnes qui ont contribué à cette analyse.

ORGANISATIONS AGRICOLES ET CONSULTANTS

Carole Fortin	⇨	*Association québécoise de la distribution des fruits et légumes*
Pierre Sauriol	⇨	*Consultant en horticulture*
Louise Tardy	⇨	*Fédération des producteurs maraîchers du Québec*
André Turenne	⇨	*Association des jardiniers maraîchers du Québec et président de la Filière des productions maraîchères*

PRODUCTEURS, TRANSFORMATEURS, GROSSISTES ET DISTRIBUTEURS

Ghislain Couture	⇨	*Entreprise Gilles Couture et Fils*
Louis et Raymond Cyr	⇨	*Les fermes Cyr W. & fils enr.*
Paul Dubé	⇨	*Cams inc.*
Daniel Perras	⇨	*Cams inc.*
Benoît Subtil	⇨	*Cams inc.*
Rudy White	⇨	*Cams inc.*
Roger Fournier	⇨	*Groupe Vegco*
Michel Legault	⇨	*Entreprise Lise et Michel Legault*
Jean-Yves Lohé	⇨	*Production maraîchère Breizh*
Christophe Mas	⇨	*Mas & Fils Jardiniers Ltd.*
Mario Racette	⇨	*Les fermes Racette B.M. inc.*
Michel Éthier	⇨	*Éthier & Frères (1981) ltée*
Christiane Bégin	⇨	*Saladexpress 1995 inc.*
Rémi Gagnon	⇨	*Saladexpress 1995 inc.*
Peter Fogarty	⇨	Michel Desjardins ltée
Christian Bourbonnière	⇨	*Métro*
Nelson Lachance	⇨	*Sobey's*

MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE, DES PÊCHERIES ET DE L'ALIMENTATION DU QUÉBEC

Jacques Boucher	⇨	*Direction de l'analyse et de la coordination*
Mario Leblanc	⇨	*Direction régionale Montérégie Ouest (16 Ouest)*
Arthur Marcoux	⇨	*Direction de l'innovation scientifique et technologique*
Michel Marquis	⇨	*Direction des études économiques et d'appui aux filières*
Pierre Mongrain	⇨	*Direction des études économiques et d'appui aux filières*
Danielle Roy	⇨	*Direction régionale Lanaudière (14)*
Larbi Zerouala	⇨	*Direction régionale Outaouais-Laurentides, secteur Laurentides (15)*

TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS **5**

1. Les marchés **6**
1.1 Le marché mondial 6
1.2 La consommation 6
1.2.1 La consommation apparente 6
1.2.2 Les habitudes alimentaires 8
1.2.3 Les constats 8
1.3 Les échanges commerciaux 9
1.3.1 Les exportations 9
1.3.2 Les importations 11
1.3.3 Les constats 12

2. La production **13**
2.1 L'évolution de la valeur de la production 13
2.2 L'évolution des exploitations de carottes au Québec 13
2.3 L'évolution des superficies et du volume de production 14
2.4 Les constats 15

3. L'organisation des marchés **16**
3.1 Les circuits de distribution 16
3.1.1 Les modes de mise en marché 16
3.1.2 Les emballeurs 16
3.1.3 Les regroupements de producteurs 17
3.1.4. Les formats de vente 17
3.1.5 Les distributeurs et les détaillants 18
3.2 La qualité 18
3.3 L'état de la situation des prix 18
3.4 Les efforts de promotion et de mise en marché 19
3.5 Les constats 19

4. La transformation **21**

5. La recherche et le développement **22**
5.1 Les constats 23

6. Conclusion **24**

BIBLIOGRAPHIE **25**

ANNEXES **26**

AVANT-PROPOS

Depuis quelques années, on constate un déclin de l'industrie de la carotte fraîche au Québec. Devant ce fait, la Filière des productions maraîchères a entrepris une réflexion afin de mieux cerner la problématique de l'industrie de la carotte et de trouver des solutions concrètes.

Pour soutenir cette réflexion engagée par les intervenants de l'industrie, la Direction des études économiques et d'appui aux filières du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec a effectué une analyse comparative et évolutive de l'industrie de la carotte fraîche au Québec.

À la suite à cette analyse, au printemps 2002, un comité de travail composé des intervenants de cette industrie a été créé afin d'envisager des pistes de solution pour les différentes problématiques de cette industrie.

Deux autres documents complètent le présent ouvrage. Le premier présente les résultats d'un échantillonnage portant sur la qualité des carottes et le deuxième, un sondage effectué auprès des producteurs de carottes du Québec visant à inventorier le nombre de producteurs-emballeurs et de regroupements de producteurs de carottes ainsi qu'à mieux situer les différents modes de mise en marché de la carotte du Québec.

Au cours de la dernière décennie, la production mondiale de carottes fraîches s'est accrue de 50 % pour atteindre 20,8 millions de tonnes métriques en 2001 (voir annexe 1). La carotte est cultivée dans près de 110 pays. C'est la Chine qui est le premier pays producteur de carottes fraîches et transformées (29,3 %), suivie des États-Unis, de la Fédération de Russie, de la Pologne et du Japon. Le Canada se situe au 16e rang, affichant 1,4 % de la production mondiale. Toutefois, si l'on fait abstraction de la production de la Chine, on constate que la croissance est moins importante, soit 25,9 % au cours de la dernière décennie.

Comme le commerce de la carotte se fait à l'échelle Nord Américaine et que les États-Unis sont nos concurrents les plus proches, il est important de situer leur production. Les producteurs états-uniens sont, contrairement au Québec, d'importants producteurs industriels de carottes (mini-carottes et carottes conventionnelles) et ils tirent parti des toutes dernières technologies. Alors qu'au Québec la production s'échelonne sur une période de sept mois (mai à novembre), aux États-Unis, la production se fait à longueur d'année. À titre d'illustration, pour la récolte 2001-2002, la production américaine de carottes fraîches a été près de 15 fois supérieure à celle du Québec. Toutefois, malgré une hausse de la production américaine de carottes fraîches de près de 5 % au cours de la dernière décennie qui a atteint 1,4 million de tonnes métriques en 2001 (543,5 millions de dollars), on constate une baisse annuelle de la production, de l'ordre des 5 % au cours des cinq dernières années (voir annexe 2).

Le premier État pour ce qui est de la production de carottes fraîches est la Californie, qui comptait plus de 75 % de la production totale américaine en 2001 (voir annexe 3). Cette première position s'explique par la présence des deux plus importantes entreprises de production et de transformation de carottes au pays : Bolthouse Farms et Grimmway Farms. Ces dernières ont un rôle important dans l'établissement des prix sur les marchés nationaux (États-Unis) et les marchés d'exportation (marché nord-américain).

D'autres États produisent également des carottes fraîches, par ordre d'importance : le Colorado, le Michigan, le Texas et la Géorgie (voir annexe 3). Il est à noter qu'on observe une progression en Géorgie, mais que la hausse résulte de la disparition de plusieurs entreprises de la Floride, où l'utilisation des terres se modifie, et de la migration de ces producteurs vers la Géorgie.

1.2.1 La consommation apparente

Les habitudes alimentaires, les goûts et les styles de vie des consommateurs ont évolué. Depuis la fin des années 90, les légumes[1] occupent une place de choix dans les régimes alimentaires du consommateur américain. Selon les dernières données de Statistique Canada et du United States Department of Agriculture (USDA), au cours de la dernière décennie, dans le contexte d'une plus grande préoccupation à l'égard de la santé, la consommation de légumes frais en Amérique du Nord s'est accrue de près de 10 %.

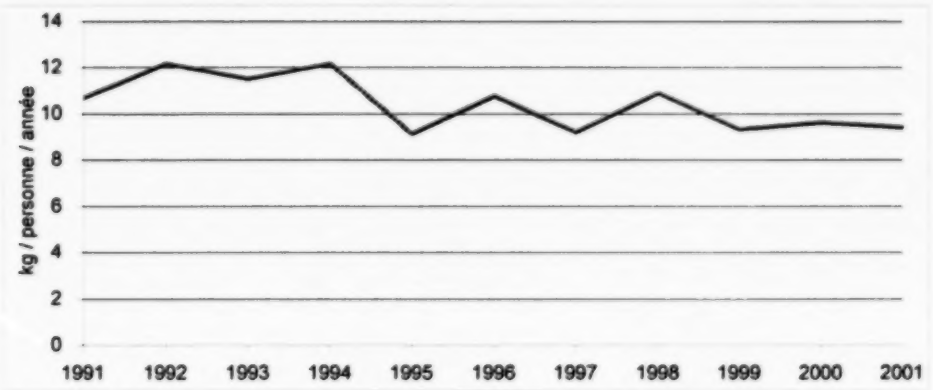
[1] *Y compris les pommes de terre.*

Chez nos plus proches compétiteurs, les États-Unis, les données les plus récentes de l'USDA montrent que la demande totale de carottes fraîches a progressé de 37,4 % au cours de la dernière décennie. Toutefois, après avoir connu un sommet en 1997, elle a diminué de 20,8 % par la suite pour s'établir à 5,2 kg par personne en 2001. Il est probable que l'arrivée de la mini-carotte au début des années 90 a provoqué un engouement pour la carotte fraîche, mais que par la suite, l'effet « nouveauté » s'est estompé. En ce sens, selon les prévisions de l'USDA, la consommation de carottes fraîches[2] devrait demeurer plutôt stable au cours de la prochaine décennie.

La carotte est un légume de « nécessité ». Ce légume est consommé par pratiquement tous les ménages et fait partie des achats prémédités. Au Canada, bien que la carotte demeure parmi les légumes préférés des consommateurs après la laitue et l'oignon, la consommation apparente de ce légume moteur à l'intérieur et à l'extérieur des foyers canadiens a diminué de 0,8 % annuellement pour atteindre 7,6 kg par personne en 2001. Compte tenu de facteurs liés à la démographie, tels que le vieillissement de la population ainsi que la réduction de la taille des ménages, les marchés canadiens offrent peu de perspectives de croissance sur le plan de la demande. Cependant, la consommation apparente au Canada reste supérieure à celle des États-Unis.

Graphique 1

Évolution de la consommation apparente estimée de carottes fraîches au Québec



Sources : - Statistique Canada, Consommation des aliments au Canada, Cat. 32-230, 2002
- MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, octobre 2002

Au Québec, on fait un constat analogue (voir graphique 1). Au cours de la dernière décennie, la consommation apparente annuelle estimée[3] de carottes fraîches est passée de 10,7 à 9,4 kg par personne, soit un recul annuel de 1,3 %, et ce, au profit d'autres légumes comme le poireau, l'ail, la tomate, l'oignon, le piment et le brocoli.

De plus, en se basant sur les données des dépenses hebdomadaires des ménages, on constate qu'au Québec, on achète plus de carottes fraîches (0,380 kg/ménage/semaine) dans les magasins ou les restaurants qu'en Ontario, dans les Prairies et en Colombie-Britannique.

---

[2] *Y compris la mini-carotte et la carotte conventionnelle.*

[3] *On obtient la consommation apparente au Québec en multipliant la consommation canadienne par un facteur goût (ratio calculé à partir des dépenses alimentaires des ménages québécois par rapport aux dépenses alimentaires des ménages canadiens).*

Malgré l'absence de données spécifiques par type de carottes, tout porte à croire que la consommation de mini-carottes a augmenté au détriment des carottes en cello au cours de la dernière décennie. Cependant, lors des rencontres avec les chaînes de distribution, les distributeurs ont indiqué que la consommation de mini-carottes avait tendance à plafonner.

1.2.2 Les habitudes alimentaires

Le changement le plus important dans l'industrie de la carotte fraîche est la venue de la mini-carotte au début des années 90 et la diversité des produits offerts dans les magasins d'alimentation.

Autre fait déterminant : on constate que les Nord-Américains ont de plus en plus peur des OGM et des gras. Cette peur se traduit par une consommation accrue de fruits et de légumes partout en Amérique.

Enfin, d'après un sondage sur les habitudes de consommation de carottes effectué en 2000 par Gendron Communications pour l'Association des jardiniers maraîchers du Québec auprès de 104 répondants de la Rive-Nord, dans la région de Montréal, on constate que toute la population québécoise consomme des carottes fraîches. Le marché de la carotte fraîche est donc toujours présent. Il ressort également de cette enquête que les consommateurs achètent autant des carottes conventionnelles que des mini-carottes mais qu'ils les consomment différemment. Les mini-carottes sont surtout utilisées sous forme de crudités, tandis que les carottes conventionnelles servent plutôt d'accompagnement au repas ou d'ingrédient dans une recette. La raison le plus souvent évoquée pour l'achat de mini-carottes est qu'elles sont épluchées, lavées et prêtes à manger. Pour ce qui est des carottes conventionnelles, leur côté « plus pratique pour les besoins » et leur prix plus bas sont les principales raisons d'achat. Étant donné que la carotte conventionnelle et la mini-carotte ne visent pas les mêmes composantes du repas du consommateur, l'industrie de la carotte conventionnelle ne devait-elle pas promouvoir d'autres usages, par exemple les entrées, afin de déjouer la concurrence (grignotises et hors-d'œuvre)?

1.2.3 Les constats

Au cours des dernières années, la consommation de masse a perdu du terrain au profit de la segmentation des marchés. Ainsi, la consommation canadienne de carottes fraîches est à la baisse et le Québec ne fait pas exception.

D'une part, les marchés canadiens et québécois offrent peu de perspectives de croissance sur le plan de la demande domestique étant donné le vieillissement et la réduction de la taille des ménages.

D'autre part, la population vieillissante formera une nouvelle génération de consommateurs disposant d'un revenu confortable. Ils voudront plus de temps libre (loisirs) et auront un grand souci de leur santé. De plus, le reste de la population (plus jeune) sera davantage préoccupé par la fonctionnalité, la commodité, la qualité et surtout le prix des aliments. La fidélité est une notion qui tend à disparaître dans la nouvelle génération; ces consommateurs aiment la facilité et tout ce qui est exotique.

Ainsi, au cours des prochaines années, les tendances auxquelles l'industrie devra réagir sur le plan de la consommation de carottes seront les suivantes : variété (formats, emballages, aliments nouveaux et ethniques), goût, qualité et fraîcheur (innocuité, meilleur rapport qualité/prix), commodité (gestion du temps), santé et nutrition (aliments faibles en gras, fonctionnels, nutraceutiques, etc.) et préoccupations quant à l'environnement (aliments biologiques).

1.3 Les échanges commerciaux

1.3.1 Les exportations

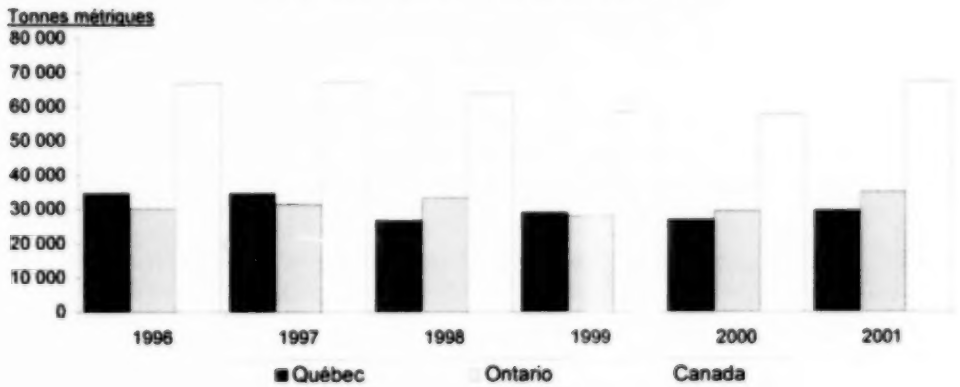
Au cours de la dernière décennie, les exportations mondiales de carottes ont connu une croissance annuelle de près de 4 % pour atteindre 1,2 million de tonnes métriques en 2001. Elles représentent près de 6 % de la production mondiale de carottes (toutes catégories confondues). En 2000, les États-Unis se situaient au premier rang des pays exportateurs de carottes suivis de l'Italie, de la Belgique et des Pays-Bas. Le Canada se classait seulement au neuvième rang.

Au Canada, la carotte arrive au deuxième rang des légumes exportés, principalement aux États-Unis. Depuis 1996, les exportations canadiennes de carottes fraîches ont légèrement augmenté (+ 1 %), et ce, après avoir connu une baisse jusqu'en 2000 et une légère reprise en 2001. Au Canada, c'est l'Ontario qui a connu la plus forte croissance de ses exportations de carottes fraîches.

Le graphique 2 montre l'évolution des volumes de carottes fraîches exportées par le Canada, l'Ontario et le Québec de 1996 à 2001.

Graphique 2

Évolution des exportations de carottes fraîches au Québec, en Ontario et au Canada



Sources : - Statistique Canada, Commerce canadien des marchandises, 2002
- MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, octobre 2002

Le Québec, un exportateur net de carottes fraîches, arrive au deuxième rang des principales provinces exportatrices et est responsable de 43,6 % des ventes canadiennes à l'étranger (29 383 tonnes métriques), derrière l'Ontario (34 888 tonnes métriques). De plus, la carotte fraîche compte pour 18 % des exportations québécoises de légumes frais (en valeur).

Au cours des dernières années, le Québec a augmenté son taux d'exportation de la production (voir tableau 1). Toutefois, il a vu fléchir sa contribution aux exportations canadiennes, alors que l'Ontario l'a augmentée au cours des dernières années. À la suite de consultations menées un peu partout au Québec auprès des différents intervenants, il semblerait que la majorité des produits exportés, considérés comme des produits bas de gamme par les exportateurs, soient des carottes en emballage géant (c'est-à-dire en sac de 50 livres), produits destinés au marché de la côte est des États-Unis. La prudence est de mise dans l'interprétation des données puisque le commerce interprovincial est exclu des résultats.

Malgré la croissance de son taux d'exportation de la production, le Québec a subi un important recul du point de vue du volume de carottes fraîches exportées, soit une baisse de 15,1 % depuis 1996. Pendant la même période, le prix moyen à l'exportation a chuté de 24,3 % (2,12 $/kg en 2001) et cette tendance semble s'être maintenue pour le premier semestre de 2002 (2,03 $/kg). Les autres provinces suivent la même tendance que le Québec. Toutefois, au Québec, le prix moyen des carottes exportées dépasse celui de l'ensemble des provinces.

Tableau 1

Production de carottes transitées au Québec et exportées du Québec

	1991	1996	2001
Production commercialisée (t.m.)	118 332	120 977	93 925
Valeur à la ferme (en milliers de dollars)	27 155	27 815	24 380
Exportations Québec			
Quantité (t.m.)	21 355	34 613	29 383
Valeur à la ferme (en milliers de dollars)	7 101	12 714	13 863
Ratio exportation/production (%)	**18**	**29**	**31**
Exportations Canada			
Quantité (t.m.)	48 498	66 839	67 440
Valeur à la ferme (en milliers de dollars)	17 168	24 673	33 662
Ratio Exportation Qc/Exportation Canada (%)	**44**	**52**	**44**

Sources : - Statistique Canada, Commerce canadien des marchandises et Production de fruits et légumes, 2002
- MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, octobre 2002

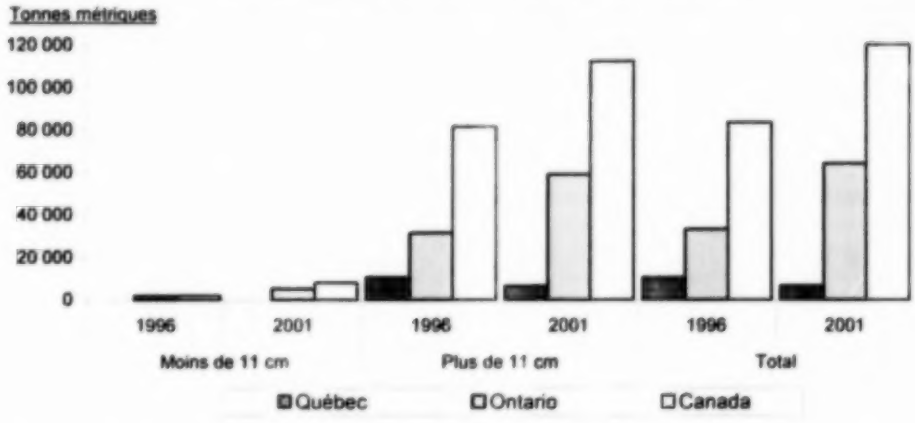
Le marché américain est la principale destination des exportations canadiennes et québécoises de carottes fraîches. Les expéditions canadiennes sont principalement destinées au nord-est des États-Unis, notamment les États de New York (25,9 %), de la Pennsylvanie (11,3 %), du New Jersey (10,2 %) et du Massachusetts (8,2 %). Quant au Québec, les principales destinations sont les États suivants : New York (39,1 %), New Jersey (14,7 %), Massachusetts (12,7 %), et Pennsylvanie (10,1 %).

1.3.2 *Les importations*

Au Canada, la carotte fraîche arrive au quatrième rang des légumes importés. Le Canada se classe au troisième rang des pays importateurs de carottes après la Belgique et l'Allemagne. Comme l'illustre le graphique 3, depuis 1996, les importations canadiennes de carottes fraîches[4] ont connu une croissance de près de 45 % pour atteindre 120 298 tonnes métriques en 2001. Cette croissance est surtout attribuable aux importations de carottes de plus de 11 cm[5] (93,3 % du volume canadien). Quant au volume de carottes de moins de 11 cm, il a quadruplé au cours de cette même période, mais les quantités sont beaucoup moindres, soit 8 103 tonnes métriques en 2001. Il est facile de comprendre pourquoi la catégorie des moins de 11 cm a connu une telle augmentation. La venue sur le marché des mini-carottes précoupées et pelées provenant plus particulièrement de l'État de la Californie a connu un vif succès.

Graphique 3

Évolution des importations de carottes fraîches



Sources : - Statistique Canada, Commerce canadien des marchandises 2002
- MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, octobre 2002

En 2001, parmi les provinces productrices de carottes, c'est l'Ontario qui a importé le plus de carottes fraîches, tant du point de vue du volume que de la valeur, et ce, pour les deux catégories de carottes.

Au Québec, au cours de la même période, les importations de carottes fraîches ont subi une baisse de 37,6 % en volume et de 34,5 % en valeur. Comme dans l'ensemble des provinces canadiennes, il s'agit surtout de carottes de plus de 11 cm (99,6 %) en provenance des États-Unis, principalement des États de la Géorgie (30,5 %), de la Floride (28,4 %), de la Californie (20,7 %) et du New Jersey (10,7 %).

Regroupant les carottes de moins de 11 cm (mini-carottes) et de plus de 11 cm (carottes conventionnelles)
Carottes conventionnelles

Quant aux importations de carottes de moins de 11 cm, le faible volume des importations québécoises pourrait s'expliquer par le fait que les données correspondent à l'endroit où le produit a été dédouané. Ainsi, il est possible qu'une bonne partie du volume importé par l'Ontario soit ensuite dirigé vers les centres de distribution du Québec.

1.3 Les constats

Au Canada, les exportations principalement composées de carottes de plus de 11 cm (carottes conventionnelles) sont demeurées plutôt stables depuis 1996. Pour sa part, le Québec a connu une importante baisse (-15,1 %) de ses exportations de carottes fraîches (toutes catégories confondues) alors que l'Ontario a connu une progression appréciable (+15,8 %).

Aux États-Unis, la Floride, le Maine, l'État de New York, l'Ohio, l'Illinois et la Virginie, qui sont considérés comme des marchés sûrs, offrent actuellement les meilleures possibilités d'exportations québécoises de carottes fraîches, notamment pour les carottes en emballage géant destinées au réseau des services alimentaires (HRI). Par ailleurs, l'Ontario est présente en Géorgie, au Michigan et au Texas, alors que le Québec est absent de ces États. À l'exception des États-Unis, le Québec est peu présent sur les marchés des autres pays. Cependant, la France et Cuba pourraient s'intéresser à notre marché puisque, au cours des deux dernières années, le Québec a exporté de petites quantités de carottes fraîches vers ces destinations. Plus particulièrement les Caraïbes et Cuba pourraient s'avérer des marchés potentiels pour les formats de 1 livre. Le maintien et même le développement des marchés de la carotte nécessitent des actions concertées pour favoriser tant la création de programmes de promotion que le développement de nouveaux marchés pour un produit de qualité.

Il se dégage donc deux préoccupations majeures pour l'industrie de la carotte fraîche au Québec :

- Son positionnement sur le marché intérieur en tant que produit d'accompagnement (produit de nécessité) ou de produit spécifique (p. ex. : crudités ou entrées);
- Son positionnement sur le marché des exportations, soit le développement de créneaux de marché spécifiques intéressants (p. ex. : services alimentaires [HRI]).

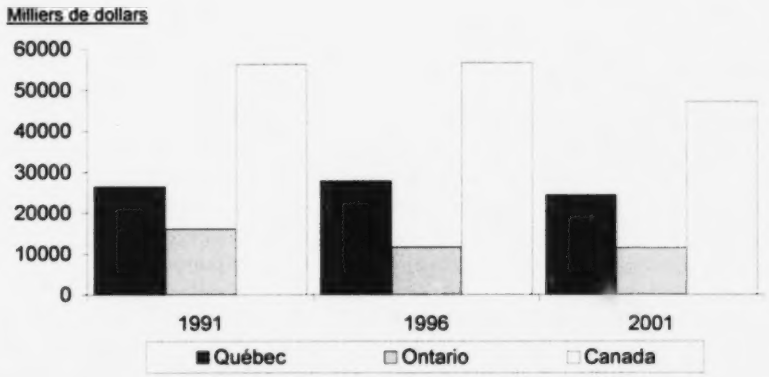
2. La production

2.1 L'évolution de la valeur de la production

La carotte fraîche est la première culture légumière en importance au Canada (à l'exception de la pomme de terre) du point de vue de la valeur de production. Au Québec, depuis 1997, cette culture se situe au deuxième rang, après la laitue.

Graphique 4

Évolution de la valeur à la ferme de la carotte fraîche



Sources : - Statistique Canada, Production de fruits et légumes, Cat. 22-003, juin 2002
- MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, octobre 2002

Le Québec domine la production de carottes fraîches, affichant des ventes de 24,4 millions de dollars en 2001; il est suivi de l'Ontario, qui compte des ventes de 11,5 millions de dollars (voir graphique 4). Au cours de la dernière décennie, on a observé une diminution plus importante de la valeur de production en Ontario (-28,3 %) qu'au Québec (-10,2 %). Ce recul s'explique principalement par une diminution des superficies et des rendements au cours de cette période.

2.2 L'évolution des exploitations de carottes au Québec

Au Québec, les données du recensement de l'agriculture de Statistique Canada[6] permettent de conclure à une importante baisse du nombre d'exploitations de carottes au cours de la dernière décennie (-28 %) accompagnée d'une augmentation de la taille des entreprises (+35,8 %).

Selon les dernières données de la Fiche d'enregistrement des exploitations agricoles du MAPAQ, on dénombre près de 360 entreprises. Les légumes frais constituent la principale source de revenus de 73 % des entreprises qui déclarent produire des carottes fraîches.

[6] *Y compris les carottes fraîches et les carottes de transformation.*

Un sondage effectué par le MAPAQ auprès des producteurs de carottes[7] en novembre 2001 montre que les régions de la Montérégie et de Lanaudière comptaient environ 45 % du nombre d'hectares de culture de carottes (voir annexe 4).

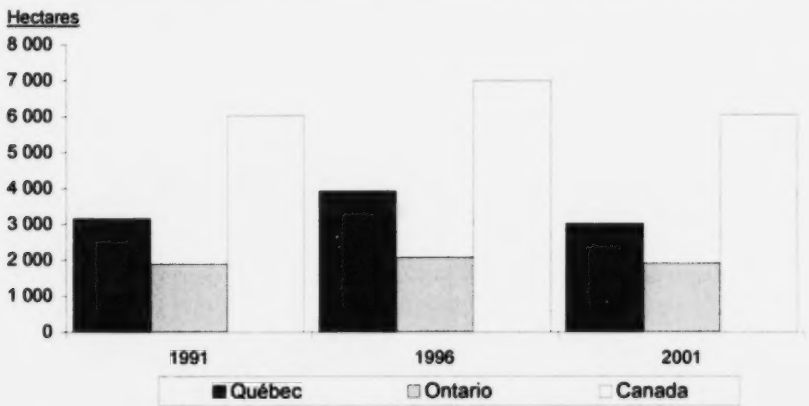
L'engouement des consommateurs pour les produits biologiques se reflète dans l'industrie de la carotte. En 2001, dans le cadre du sondage réalisé par le MAPAQ, on dénombrait 33 entreprises offrant des produits certifiés biologiques. La majeure partie de leur production emballée en cello se dirigerait vers le marché de l'exportation, où la demande est très forte. Le Québec n'est pas très avancé dans la production biologique, mais il est tout de même en avance comparativement au reste du Canada pour ce qui est de l'organisation. C'est un créneau potentiel intéressant pour les producteurs de carottes.

2.3 L'évolution des superficies et du volume de production

Les graphiques 5 et 6 montrent l'évolution des superficies et celle de la production des principales provinces productrices au Canada.

Graphique 5 :

Évolution des superficies récoltées de carottes fraîches



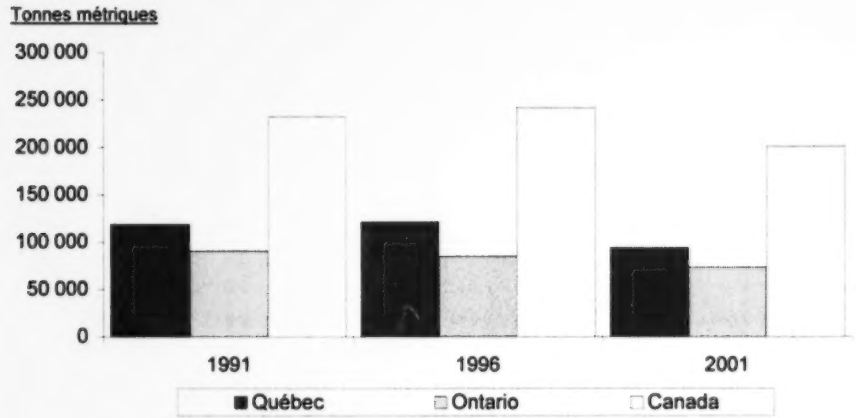
Sources : - Statistique Canada, Production de fruits et légumes, Cat. 22-003, juin 2002
- MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, octobre 2002

Les superficies canadiennes ont connu une hausse importante jusqu'en 1995, puis elles ont diminué pour s'établir en 2001 à un niveau semblable à celui de 1991 (6 040 hectares). Au Québec, de 1991 à 2001, les superficies en carottes fraîches[8] ont diminué de 3,1 %, alors que l'Ontario a connu une légère progression.

[7] *Y compris les carottes fraîches et les carottes de transformation.*
[8] *Y compris les mini-carottes et les carottes conventionnelles.*

Graphique 6 :

Évolution de la production commercialisée de carottes fraîches



Sources : - Statistique Canada, Production de fruits et légumes, Cat. 22-003, juin 2002
- MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, octobre 2002

Avec une production de 93 925 tonnes métriques en 2001, les Québécois sont les principaux producteurs de carottes fraîches au Canada (47 %). L'Ontario arrive au deuxième rang des provinces productrices avec 73 482 tonnes métriques (37 %). De 1991 à 2001, la production québécoise a subi un recul appréciable de 20 %; notons qu'un sommet a été atteint en 1996 avec 120 977 tonnes métriques de carottes fraîches. On peut faire un constat semblable pour l'Ontario et le Canada.

Par ailleurs, selon les prévisions de Statistique Canada, les superficies ensemencées de carottes[9] au Québec en 2002 représenteraient une baisse de 2,6 % alors qu'en Ontario elles représenteraient une hausse de 15,4 %. L'augmentation des superficies ensemencées en mini-carottes et en carottes destinées au marché de la transformation expliquerait cette croissance en Ontario.

2.4 Les constats

Même si le Québec est un joueur de premier ordre de cette industrie, au cours de la dernière décennie, on a constaté une diminution importante des superficies, du volume de production de carottes fraîches et des ventes. Cette situation s'explique probablement entre autres par le déplacement du choix des entreprises vers des productions plus rentables (p. ex. : pomme de terre[10]) ainsi que par la diminution de la demande totale de carottes fraîches au Québec.

Toutefois, il existe des possibilités de développement ou du moins de maintien des marchés dans le secteur de la carotte fraîche. Le Québec a certains avantages concurrentiels. À cet égard, l'industrie doit offrir un produit de qualité dès l'étape de la production (régie et entreposage) et répondant aux besoins des consommateurs.

---

[9] *Y compris les carottes fraîches (mini-carotte et carotte conventionnelle) et les carottes destinées à la transformation.*
[10] *Cette hypothèse est basée sur les recettes en provenance des marchés.*

3. L'organisation des marchés

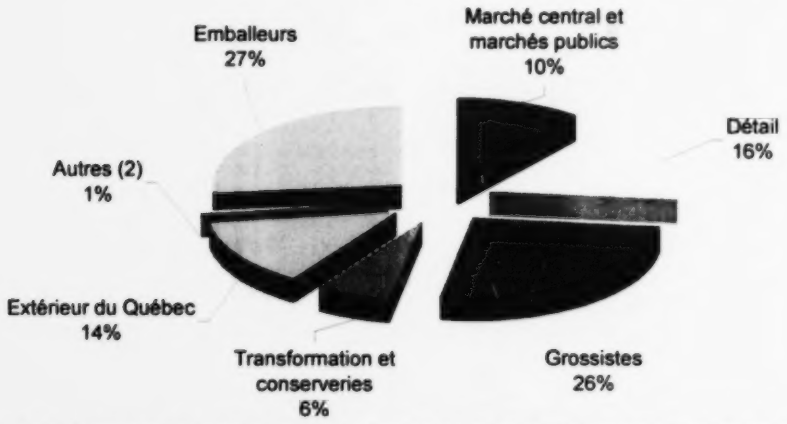
3.1 Les circuits de distribution

3.1.1 Les modes de mise en marché

La mise en marché des carottes fraîches au Québec n'est pas organisée collectivement. Le graphique 7 montre les différents modes de mise en marché du produit, et ce, à partir de la ferme. Ces différents réseaux de distribution diffèrent d'une région à l'autre.

Graphique 7 :

Mise en marché des carottes au Québec au premier point de vente



(2) Dans le contexte de la mise en marché, « Autres » désigne les ventes au comptoir de la ferme, les ventes aux restaurants, les paniers de légumes, les ventes aux particuliers et aux autres producteurs ainsi que les ventes destinées à l'alimentation animale.

Sources : - MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, Sondage auprès des producteurs, novembre 2001
- MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, novembre 2002

3.1.2 Les emballeurs

Selon un sondage effectué par le MAPAQ en novembre 2001, au Québec, le conditionnement de la carotte fraîche est assuré par 78 producteurs-emballeurs, soit 33 % de l'ensemble des producteurs de carottes fraîches. Ceux-ci emballent pour eux-mêmes ainsi que pour d'autres producteurs. La région de Lanaudière regroupe le plus grand nombre de producteurs-emballeurs.

Ce contexte fait en sorte que la production est écoulée à l'échelle du Québec par plusieurs intervenants qui sont en concurrence pour l'écoulement du produit, concurrence qui s'accentue pendant la saison forte (à l'automne). Ce phénomène peut provoquer une mise en marché désordonnée. De plus, certains producteurs ne sont pas outillés adéquatement pour l'entreposage des carottes et doivent écouler leur production à tout prix, ce qui fait augmenter l'offre sur le marché et, conséquemment, diminuer les prix.

3.1.3 Les regroupements de producteurs

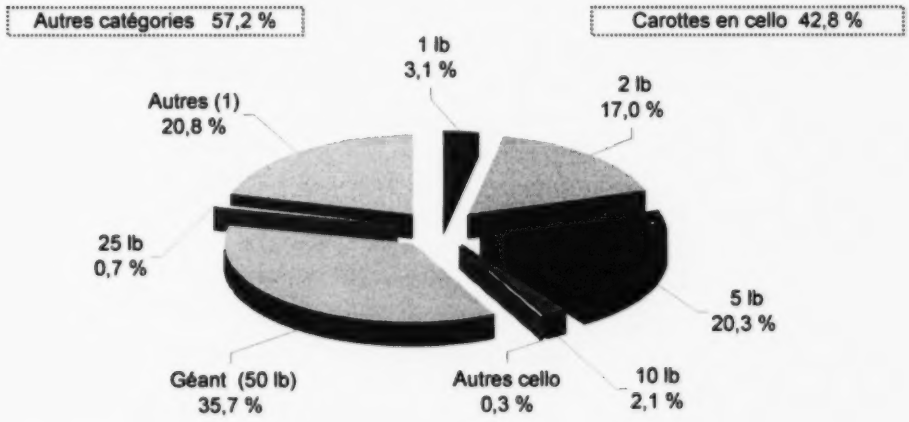
Selon le sondage du MAPAQ, 10 % des producteurs appartenaient à l'un ou l'autre des 10 regroupements de producteurs dénombrés au Québec en 2001. C'est dans la région de la Montérégie que l'on retrouve le plus grand nombre de regroupements (5). Ces regroupements visent, entre autres, à mieux organiser l'offre du produit sur l'ensemble des marchés, à réduire les frais d'emballage et à garantir un approvisionnement constant soit par des centres d'emballage soit par d'autres mécanismes.

3.1.4. Les formats de vente

Le graphique 8 montre que 43 % des carottes[11] produites étaient destinées à l'emballage en cello, alors que 57 % se retrouvaient sous d'autres formes. La mise en marché en cello de 2 et de 5 livres regroupe près de 40 % des ventes de carottes. Dans huit régions du Québec, plus de 50 % de la production de carottes était destinée à l'emballage en cello, alors que dans les six autres régions visées par le sondage, plus de 60 % de la récolte était répartie dans les autres catégories. Les carottes étaient vendues aux chaînes principalement en formats de 2 livres et de 5 livres. Le marché des services alimentaires (HRI) achète davantage des formats de 50 livres (format « géant »).

Graphique 8 :

Destination des carottes par catégorie au Québec



Sources : - MAPAQ, La carotte fraîche au Québec – Sondage auprès des producteurs, novembre 2002
- MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, octobre 2002

[11] *Y compris carottes pour les marchés frais et transformé.*

3.1.5 Les distributeurs et les détaillants

Le secteur de la vente au détail est aujourd'hui au stade de la maturité. La concurrence est donc forte sur le plan des parts de marché. Durant les dernières années, les entreprises de vente au détail ont cherché à augmenter leur pouvoir d'achat, donnant ainsi lieu à de nombreuses acquisitions. La concentration dans ce domaine a eu des répercussions sur les différents acteurs de la chaîne alimentaire. Une partie importante du volume d'affaires est aujourd'hui concentrée parmi un nombre restreint d'acheteurs, qui définissent des cahiers des charges que les fournisseurs doivent respecter pour offrir des produits de qualité au plus bas prix.

3.2 La qualité

D'après le sondage effectué auprès de certains intervenants de l'industrie, il existe un problème quant à la qualité de la carotte fraîche au Québec. Ce problème comporte deux volets.

Premièrement, le classement de la carotte dans les divers postes d'emballage (respect des normes canadiennes de qualité) de la province semble être de moins en moins sévère.

Deuxièmement, une partie du problème de la qualité proviendrait du bris de la chaîne de froid et du manque de rotation du produit dans les chaînes d'alimentation, situation qui entraîne une détérioration du produit avant même son arrivée aux consommateurs. À ce sujet, selon un échantillonnage de carottes en cello provenant de différentes régions du Québec effectué par le MAPAQ, en novembre 2001, seulement 48 % des carottes échantillonnées étaient réfrigérées en magasin.

Cette enquête montrait également que 40 % des carottes échantillonnées ne respectaient pas les normes de qualité commerciale Canada N° 1 de l'Agence canadienne d'inspection des aliments. De plus, lorsqu'on regroupe les anomalies de déclassement, 59 % d'entre elles étaient dues au triage; 25 % à l'entreposage ou à la conservation en magasin, ou les deux; et 16 % à la manutention. Fait intéressant : la réfrigération augmente la qualité des carottes en cello en magasin.

3.3 L'état de la situation des prix

<u>Prix aux producteurs</u>

Dans le secteur de la carotte, il n'existe aucune structure de fixation des prix. En fait, le prix est fonction de la demande et de l'offre du produit.

Il n'existe pas de données comparables qui permettraient d'analyser les prix aux producteurs d'une province à l'autre.

À partir des données de l'Info-Prix[12], on note qu'au Québec, de 1997 à 2001, les prix de la carotte conventionnelle sont demeurés plutôt stables, alors que ceux de la mini-carotte ont augmenté de 1,5 fois (voir annexe 5).

---

[12] *L'Info-Prix est la seule source de données disponible pour analyser les prix aux producteurs par type de carottes. Il s'agit de prix moyens obtenus au Marché central de Montréal.*

Prix aux grossistes

Selon les données d'Info-Hort d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, pour l'année récolte 2001, les prix aux grossistes ontariens de carottes fraîches ont été supérieurs (+6 %) à ceux des grossistes québécois (voir annexe 6).

Prix de détail

En l'absence de données historiques, l'enquête réalisée par le MAPAQ auprès des trois grandes chaînes de la région de Québec démontre qu'entre décembre 2000 et 2001, les prix (2 lb et 5 lb) ont subi une baisse par rapport au début de la récolte (voir annexe 7). À ce moment, l'offre de produit est plus importante et les chaînes d'alimentation offrent des promotions qui visent la carotte fraîche.

3.4 Les efforts de promotion et de mise en marché

Il y a peu à dire au sujet de la promotion; cela se résume presque aux dollars investis dans ce domaine. Selon certains intervenants, la promotion de la carotte fraîche québécoise est déficiente. Actuellement, l'industrie n'investit que très peu dans la promotion de ce produit mature.

En fait, dans la distribution tant interne qu'à l'étranger, sans promotion, les carottes fraîches se feront détrôner par d'autres produits. La promotion doit viser à augmenter les utilisations actuelles et futures de ce produit dans l'alimentation du consommateur québécois et étranger.

3.5 Les constats

Au cours de la dernière décennie, la stabilité ou même la diminution des prix reçus par les entreprises de production qui commercialisent la carotte fraîche ainsi que les écarts existant avec les autres provinces ne peuvent s'expliquer uniquement par un déséquilibre entre la demande et l'offre. D'autres facteurs interviennent, notamment les écarts sur le plan de la qualité.

Au Québec, la qualité des carottes fraîches pose problème. Selon les intervenants de cette industrie, le retrait de l'inspection gouvernementale aurait contribué à la détérioration de la qualité du produit. De plus, cette diminution de la qualité a probablement agi à la baisse sur les prix de la carotte. Si des correctifs ne sont pas apportés tant aux postes d'emballage qu'en magasin quant au respect des normes de qualité, le consommateur pourrait continuer à bouder le produit.

Pour ce qui est de l'écoulement du produit, il existe plusieurs vendeurs au Québec. En effet, on compte 78 producteurs-emballeurs de carottes fraîches au Québec. Cette situation fait en sorte que la production est écoulée à l'échelle du Québec par plusieurs intervenants qui se font concurrence pour l'écoulement du produit, ce qui se traduit par une mise en marché déstructurée.

Quant à la grande distribution, la concentration des acteurs ainsi que l'apparition des marques privées peuvent être vues comme des menaces, mais ce nouveau contexte offre aux fournisseurs québécois de carottes la possibilité de structurer leur offre de produits et de développer de nouvelles approches de promotion qui serviront l'intérêt de tous.

Sur le plan de la promotion et de la mise en marché, on constate que les distributeurs favorisent le soutien publicitaire par la vente d'espaces dans les circulaires. Puisque la consommation de carottes par personne continue de diminuer, l'industrie devra mettre l'accent sur la promotion d'un produit de qualité.

Ainsi, les principales préoccupations de l'industrie au cours des prochaines années devraient être les suivantes :

- Le positionnement du produit conventionnel (qualité et meilleure coordination de l'offre).
- La promotion de la carotte fraîche québécoise (produit d'accompagnement [produit mature] ou produit spécifique [entrée]).

4. La transformation

Il faut mieux connaître le secteur de la transformation de la carotte au Québec afin de mieux le comprendre. Voici quelques éléments qui pourront alimenter la réflexion.

Il est important de souligner que, malgré les efforts des intervenants, le secteur de la transformation des carottes est encore peu développé au Québec. Il existe seulement quelques entreprises de transformation, qui se spécialisent dans différents créneaux : prêt à l'emploi de détail, prêt à l'emploi commercial, déshydratation, conserverie, etc. La concurrence est forte, puisque les entreprises de la Californie sont déjà très présentes dans le prêt à l'emploi de détail, comme la mini-carotte. Selon les intervenants, l'hôtellerie, la restauration et les institutions semblent offrir des possibilités intéressantes. La capacité de production des entreprises de transformation québécoises serait actuellement loin de la capacité optimale.

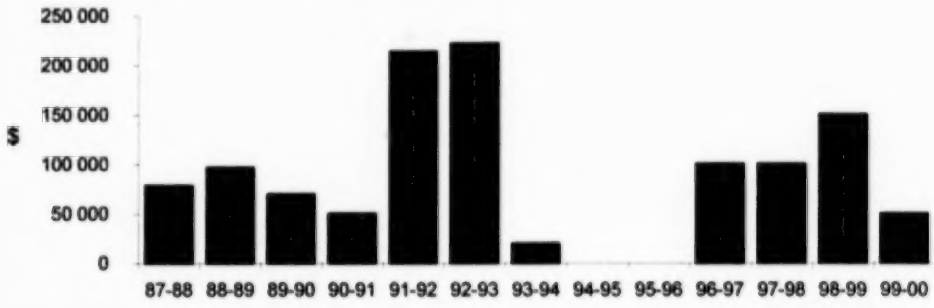
5. La recherche et le développement

Au Québec, la recherche dans le secteur de la carotte est réalisée en grande partie par le réseau des universités québécoises. Les universités McGill et Laval (Centre de recherche en horticulture) de même que l'Université du Québec à Rimouski ont concrétisé une dizaine de projets sur la carotte depuis 1987.

Durant la période de 1987 à 2000, les investissements dans la recherche universitaire sur la carotte ont été de l'ordre de 1,1 million de dollars, soit une moyenne annuelle de 88 548 $. Le graphique 7 montre que durant ces années, les investissements en recherche dans ce secteur d'activité ont atteint un sommet en 1992-1993 avec un financement de l'ordre de 221 917 $. L'effort de recherche a ensuite baissé considérablement pour se stabiliser vers la fin des années 90. Il est important de préciser que certains projets universitaires qui ont été conduits par le passé touchaient à l'ensemble du secteur des fruits et légumes. Bien que certains projets aient pu avoir un effet sur le secteur de la carotte, dans le cadre de ce document, seuls les projets spécifiques à la carotte ont été répertoriés aux fins d'analyse.

Graphique 7 :

Évolution des investissements dans la recherche universitaire
Secteur de la carotte



Sources : - Ministère de l'Éducation du Québec, Système d'informations sur la recherche universitaire (SIRU), 2001
- MAPAQ, Direction de l'innovation scientifique et technologique, février 2003

Le tableau 2 permet d'observer qu'entre 1987 et 2000 plus de la moitié des travaux de recherche universitaire ont porté sur la production et plus précisément sur la phytoprotection afin de régler des problèmes liés aux maladies et aux insectes ravageurs de cette culture. Pour ce qui est des projets qui offrent une valeur ajoutée au produit, seulement 3 % du financement a été consacré à la transformation alimentaire.

Tableau 2

Efforts de la recherche universitaire de 1987 à 2000

Discipline	Nombre de projets	Montant ($)	Répartition (%)
Régie des cultures	3	470 996	41
Phytoprotection	7	640 125	56
Transformation alimentaire	1	40 000	3
Total	**11**	**1 151 121**	**100**

Sources : - Ministère de l'Éducation du Québec, Système d'informations sur la recherche universitaire (SIRU), 2001
MAPAQ, Direction de l'innovation scientifique et technologique, février 2003

Outre la recherche universitaire, le gouvernement fédéral, par l'entremise du Centre de recherche et développement en horticulture situé à Saint-Jean-sur-Richelieu, contribue à l'avancement des connaissances dans le secteur de la carotte, plus particulièrement en phytoprotection des cultures. Le Centre de recherche et développement en alimentation situé à Saint-Hyacinthe est spécialisé dans la transformation alimentaire. Dans ce dernier, un seul projet sur la carotte de transformation a été réalisé à la fin des années 80. Comme autre acteur potentiel, soulignons que l'Institut de recherche et développement en agroenvironnement pourrait également réaliser des projets sur la carotte. Enfin, le secteur privé est également un partenaire important pour ce qui est de la recherche, bien qu'il existe peu d'information sur les projets réalisés et les investissements consentis par le secteur privé. On sait cependant que dans le cadre de son programme de partage des frais à l'investissement (PPFI), le gouvernement fédéral a financé quelques projets conjointement avec l'industrie maraîchère, dont certains étaient spécifiques au secteur de la carotte.

À l'échelle du Canada, la Nouvelle-Écosse se distingue des autres provinces puisqu'elle est très active dans la recherche sur la carotte de transformation. En effet, la Nouvelle-Écosse a instauré en 1998 un programme de recherche sur la carotte de transformation dont les partenaires sont la compagnie Oxford Frozen Foods Ltd., le Nova Scotia Department of Agriculture and Fisheries et le Nova Scotia Agricultural College.

5.1 Les constats

Étant donné que la mise en marché de la carotte traditionnelle connaît un certain essoufflement depuis quelques années, il serait opportun pour les différents intervenants d'orienter davantage leur effort de recherche vers de nouveaux produits à valeur ajoutée. Comme les investissements de la recherche universitaire en transformation alimentaire représentent à peine 3 % et que le Québec dispose sur son territoire d'un Centre de recherche dédié à la transformation alimentaire (CRDA), il pourrait être important de créer davantage de partenariats en ce sens afin de diversifier les marchés de la carotte et de donner une valeur ajoutée à celle-ci. Il serait également intéressant de créer des partenariats avec Agriculture et agroalimentaire Canada, en Nouvelle-Écosse, pour bénéficier de l'expertise de recherche accumulée dans ce champ d'action.

6. Conclusion

Les défis de l'industrie sont de taille. La concurrence est féroce. Son développement est tributaire de son positionnement tant sur le marché intérieur que sur les marchés d'exportation au cours des prochaines années.

Il appert que le redressement de l'industrie de la carotte fraîche devra passer notamment par une augmentation de la qualité du produit ainsi que le développement de nouveaux produits et créneaux de marché. Sur les marchés d'exportation, les producteurs devront repenser leur positionnement afin de profiter des opportunités qui s'ouvrent à eux.

La qualité, les prix compétitifs et un produit adapté aux besoins des consommateurs permettront à l'industrie de contrer avantageusement les effets de la réduction de la consommation. Il est entendu que les notions de « qualité » et d' « alimentation santé » doivent figurer à l'avant-plan de toute stratégie de promotion et de développement de la carotte.

Devant le déclin de la production de carottes fraîches, l'industrie devra être davantage axée sur les besoins des consommateurs et devra soutenir ses stratégies par des activités de promotion. Dans ce contexte, le développement de l'industrie de la carotte est lié en bonne partie à la capacité des intervenants de travailler en concertation afin de relever les nombreux défis.

BIBLIOGRAPHIE

RÉFÉRENCES

- Agriculture et Agroalimentaire Canada, Inventaire de la recherche agroalimentaire au Canada (ICAR), 2002
- ERS, Vegetables and melons Outlook, 2002
- MAPAQ, Profil des exploitations agricoles 2000p, 2002
- MAPAQ, Tendances lourdes influant sur l'agroalimentaire – Document de réflexion, septembre 2001
- Ministère de l'Éducation du Québec, Système d'informations sur la recherche universitaire (SIRU), 2001
- Statistique Canada, Production de fruits et légumes, cat. 22-003, juin 2002
- Statistique Canada, Commerce de marchandises du Canada, septembre 2002
- Statistique Canada, Consommation des aliments au Canada, Cat 32-230, 2001

SITES WEB

Gouvernement du Québec

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (www.agr.gouv.qc.ca)
Ministère de l'Industrie et du Commerce (www.mic.gouv.qc.ca)
Institut de la statistique du Québec (www.stat.gouv.qc.ca)

Gouvernement du Canada

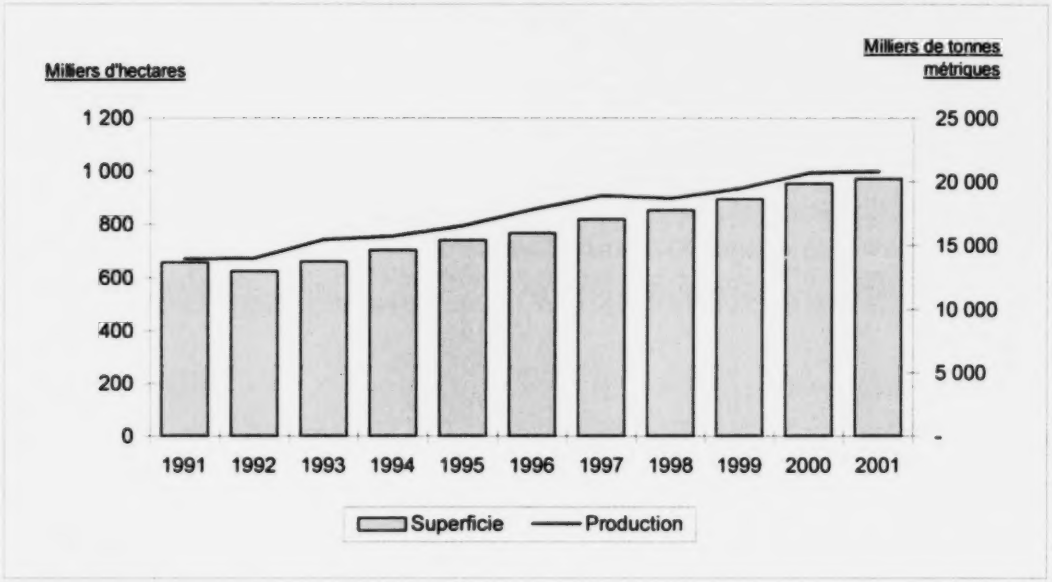
Agriculture et Agroalimentaire Canada (www.agr.ca)
Banque du Canada (www.banqueducanada.ca)
Statistique Canada (www.statcan.ca)

Autres sites

Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario (www.gov.on.ca/omafra/)
United States Department of Agriculture (www.usda.gov)
Food and Agriculture Organization of the United Nations (www.faostat.org)
Bolthouse Farms (www.bolthouse.com)
Grimmway Farms (www.grimmway.com)

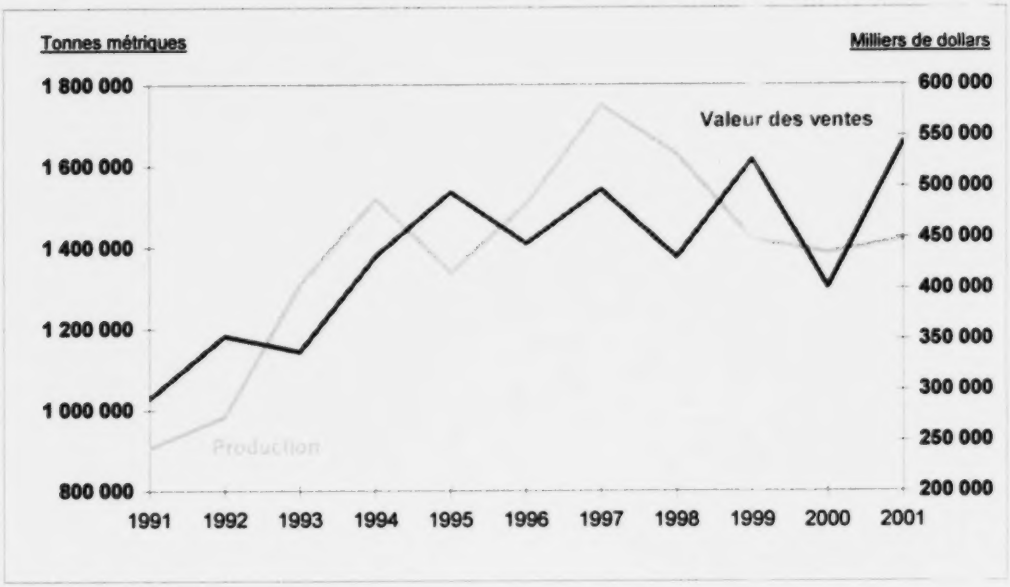
ANNEXES

Évolution de la situation mondiale de la carotte de 1991 à 2001



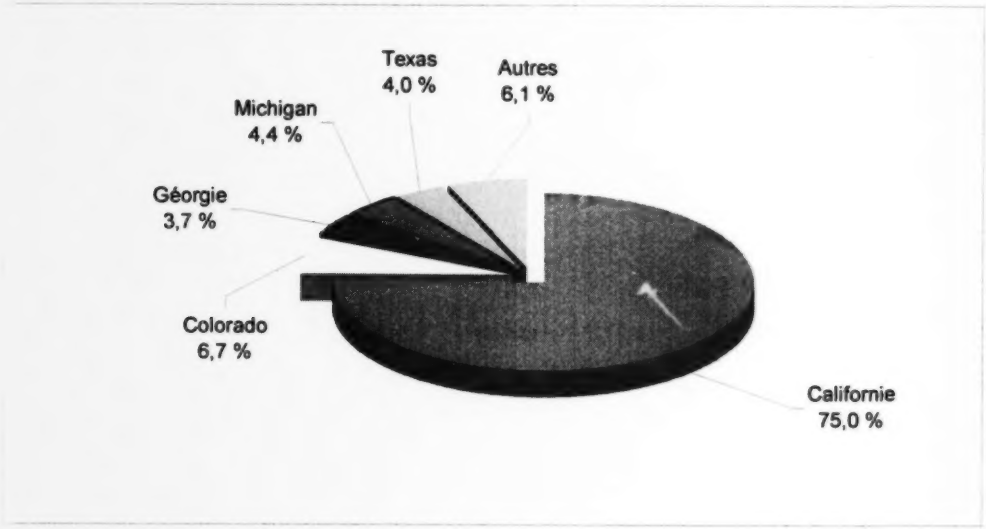
Sources : - Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO Statistical Database, 2002
- MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, novembre 2002

Évolution de la production et des ventes de carottes aux États-Unis



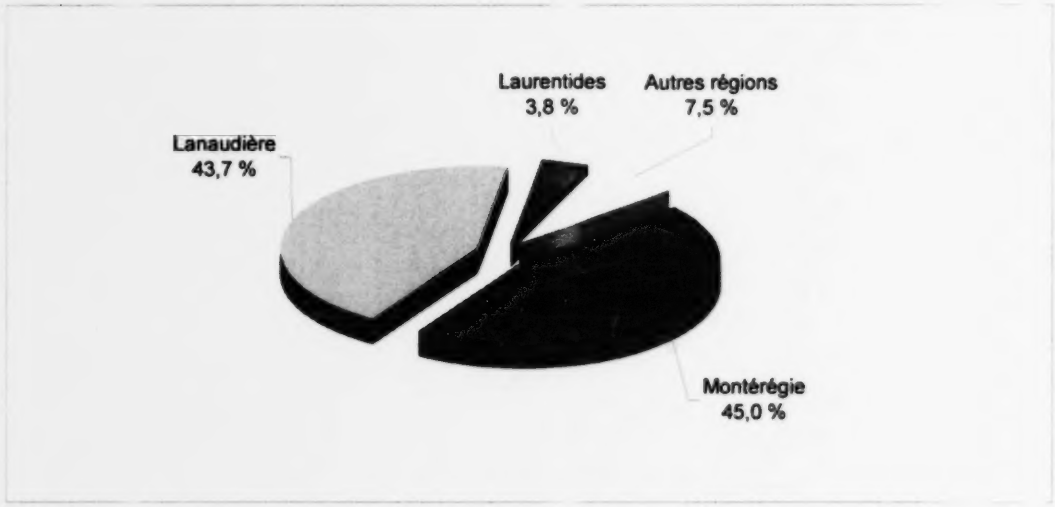
Sources : - National Agriculture Statistics Service, USDA, 2002
- MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, octobre 2002

Évolution de la production et des ventes de carottes aux États-Unis



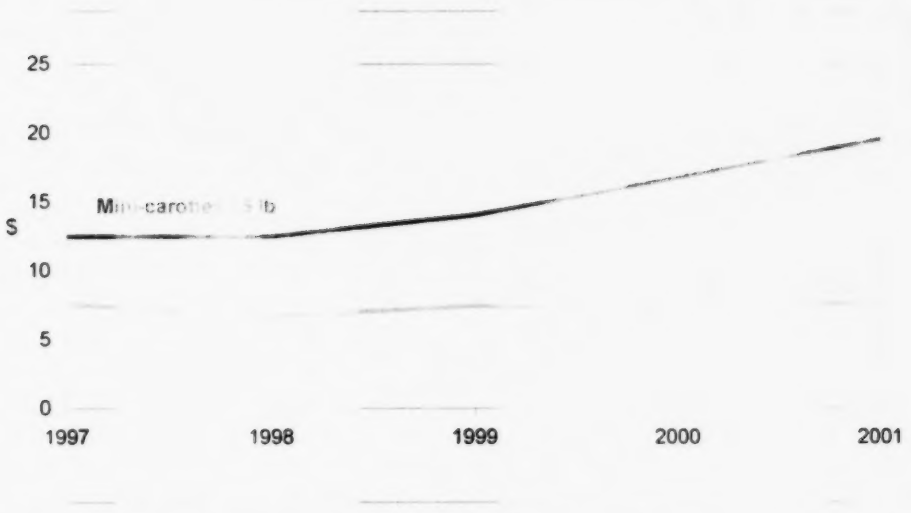
Sources : - National Agriculture Statistics Service, USDA, 2002
- MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, octobre 2002

Répartition des superficies de carottes fraîches par région
En 2001



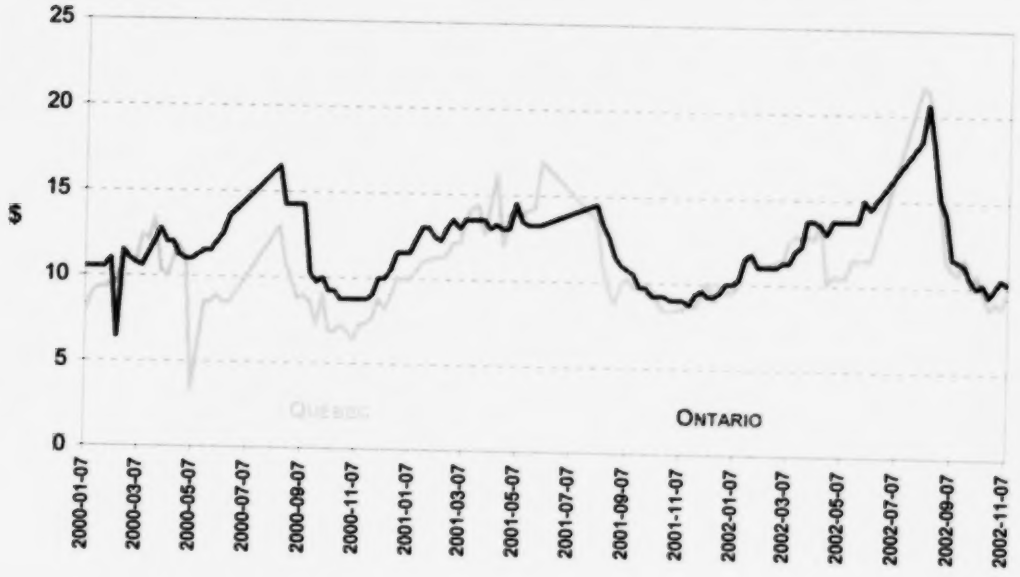
Source : - MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, Enquête auprès des producteurs de carottes, novembre 2001

Évolution du prix minimum de la carotte fraîche au Québec de 1997 à 2001 (août et septembre)



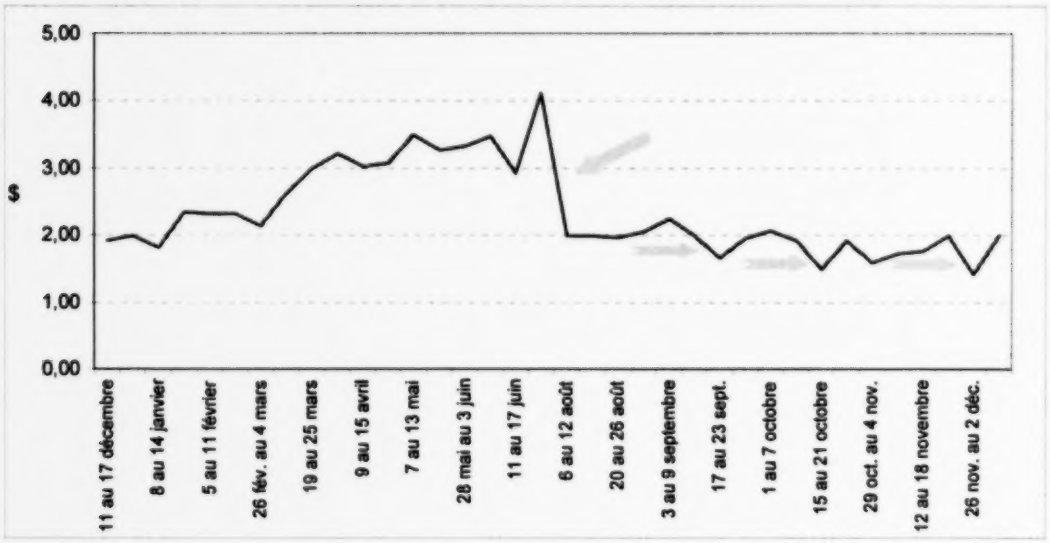
Sources : - Fédération des producteurs maraîchers du Québec, Info-prix, 1997 à 2001
- MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, octobre 2002

**Comparaison entre les provinces
du prix hebdomadaire des carottes fraîches consenti aux grossistes
de 2000 à 2002 (jusqu'au 8 novembre) (format 24 X 2 lb)**

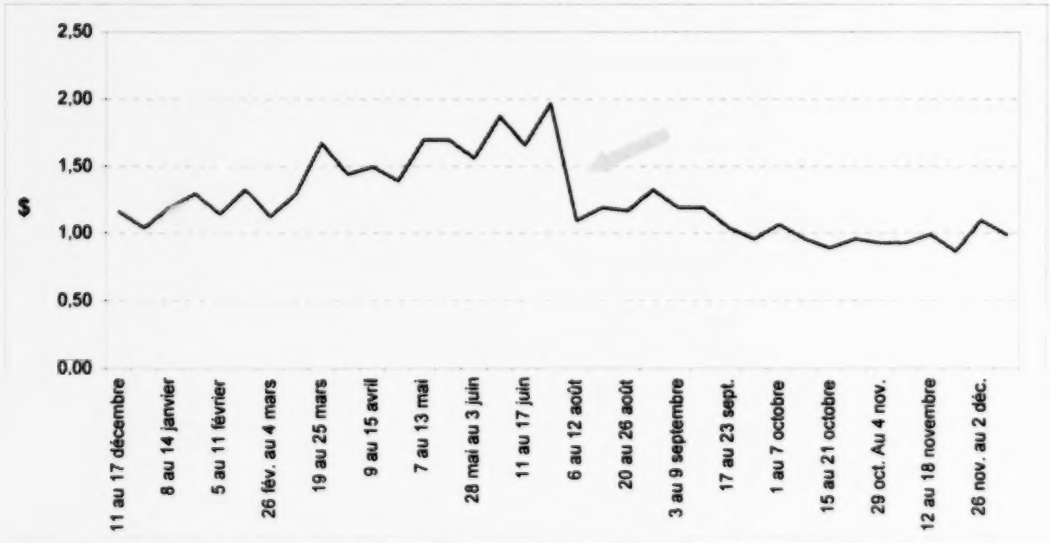


Sources : - Agriculture et Agroalimentaire Canada, Info-Hort, 2000 à 2002
- MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, novembre 2002

Moyenne hebdomadaire des prix de détail dans les trois grandes chaînes de la région de Québec entre décembre 2000 et 2001 (format 5 lb)



Moyenne hebdomadaire des prix de détail dans les trois grandes chaînes de la région de Québec entre décembre 2000 et 2001 (format 2 lb)



Sources : - MAPAQ, Direction des études économiques et d'appui aux filières, Enquête auprès des chaînes d'alimentation de la région de Québec, février 2003